

**Белорусский государственный университет
Гуманитарный факультет**

Кафедра культурологии

**Реферат магистерской диссертации
«Коммерциализация субкультуры детства в обществе
потребления»**

**Зайдадь Татьяна Викторовна,
научный руководитель – доцент Леонова
Полина Ильинична**

2014

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Тема магистерской диссертации: Коммерциализация субкультуры детства в обществе потребления.

Ключевые слова: СУБКУЛЬТУРА ДЕТСТВА, КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ, ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ, МАССОВАЯ КУЛЬТУРА, ДЕТОЦЕНТРИЗМ, ТРАНСФОРМАЦИЯ ДЕТСТВА, МАРКЕТИНГ, КОММОДИФИКАЦИЯ.

Актуальность исследования: обусловлена недостаточностью разработки темы в западной и отечественной культурологии, необходимостью уже сегодня применять научные выводы в практике защиты детства.

Объект исследования — субкультура детства в обществе потребления.

Предмет исследования — коммерциализация субкультуры детства на современном этапе развития общества потребления.

Цель исследования — определить сущность понятия «коммерциализация детства» и пути трансформации его субкультуры.

Результаты исследования: 1. Расцвет социокультурного феномена детства условно приходится на период с сер. XIX по сер. XX века. В это же время детство «открывается» учеными-гуманитариями и маркетологами зарождающейся культуры массового потребления. 2. Для современной культуры характерен детоцентризм. Кризис субкультура детства обусловлен коммерциализацией, симулякризацией детства, размыванием границ между детством и взрослостью. Детство в обществе потребления отчуждается от своей «естественной» ценности, создается пространство детского потребления, конструируется образ «ребенка потребляющего», «ребенка-вещи», «ребенка-капитала». Процесс коммерциализации субкультуры детства детерминирован коммодификацией и маркетингом, направленным на детей. 3. Субкультура детства в Беларуси подвержена влиянию глобальной коммерциализации, однако не столь явно, как в странах с чертами развитого общества потребления.

Научная новизна исследования заключается в том, что проблема коммерциализации детства впервые исследована в культурологическом аспекте и в контексте белорусских реалий.

Методы исследования: историко-генетический, компаративный, системный, аксиологический, метод контент-анализа и др.

Структура магистерской диссертации: работа состоит из Введения, трех глав, Заключения, Списка использованной литературы, включающего 57 источников.

Полный объем работы — 74 страницы.

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА РАБОТЫ

Тэма магістарскай дысертацыі: Камерцыялізацыя субкультуры дзяцінства ў грамадстве спажывання.

Ключавыя словы: СУБКУЛЬТУРА ДЗЯЦІНСТВА, КАМЕРЦЫЯЛІЗАЦЫЯ, ГРАМАДСТВА СПАЖЫВАННЯ, МАСАВАЯ КУЛЬТУРА, ДЗЕТАЦЭНТРЫЗМ, ТРАНСФАРМАЦЫЯ ДЗЯЦІНСТВА, МАРКЕТЫНГ, КАМАДЫФІКАЦЫЯ.

Актуальнасць даследавання: абумоўлена недастатковасцю распрацоўкі тэмы ў заходняй і айчынай культуралогіі, неабходнасцю ўжо сёння ўжываць навуковыя высновы ў практыцы абароны дзяцінства.

Аб'ект даследавання — субкультура дзяцінства ў грамадстве спажывання.

Прадмет даследавання — камерцыялізацыя субкультуры дзяцінства на сучасным этапе развіцця грамадства спажывання.

Мэта даследавання — вызначыць сутнасць паняцця камерцыялізацыя дзяцінства і шляхі трансфармацыі яго субкультуры.

Высновы даследавання: 1. Росквіт сацыякультурнага феномену дзяцінства ўмоўна прыпадае на перыяд з сяр. XIX па сяр. XX стагоддзя. У гэты ж час дзяцінства «адкрываецца» навукоўцамі-гуманітарыямі і маркеталагамі культуры масавага спажывання, якая толькі нараджаецца. 2. Для сучаснай культуры характэрны дзетацэнтрызм. Крызіс субкультуры дзяцінства звязаны з камерцыялізацыяй, сімулякрызацыяй дзяцінства, размываннем межаў паміж дзяцінствам і сталасцю. Дзяцінства ў грамадстве спажывання адчуваецца ад сваёй «натуральнай» каштоўнасці, ствараецца прастора дзіцячага спажывання, канструецца вобраз «дзіцяці-спажыўца», «дзіцяці-рэчы», «дзіцяці-капіталу». Працэс камерцыялізацыі субкультуры дзяцінства абумоўлены камадыфікацыяй і маркетынгам, накіраваным на дзяцей. 3. На субкультура дзяцінства ў Беларусі ўплывае глабальная камерцыялізацыя, аднак не гэтак уяўна, як у краінах грамадства спажывання.

Навуковая навізна даследавання заключаецца ў тым, што праблема камерцыялізацыі дзяцінства ўпершыню даследавана ў культуралагічным аспекце і ў кантэксце беларускіх рэалій.

Асноўныя метады даследавання: гісторыка-генетычны, кампаратыўны, сістэмны, аксіялагічны, метады кантэнт-аналізу і інш.

Структура магістарскай дысертацыі: работа складаецца з Уводзін, трох глаў, Заключэння, Спісу выкарыстанай літаратуры, які ўключае ў сябе 57 крыніц.

Поўны аб'ём работы — 74 старонкі.

RESUME

Master's thesis topic: The commercialization of childhood (subculture) in a consumer society.

Keywords: CHILDHOOD, SUBCULTURE, COMMERCIALIZATION, CONSUMER SOCIETY, MASS CULTURE, CHILD-CENTERED, TRANSFORMATION OF CHILDHOOD, MARKETING, COMMODIFICATION.

The topicality of the research determinates by the lack of development in the western theme and domestic cultural studies, the need today to apply scientific findings in child protection practice.

Subject matter of the study — a subculture of childhood in a consumer society.

Scope of study — the commercialization of childhood subculture at the present stage of development of the consumer society.

The **objective** of research — define the essence of the concept of “commercialization of childhood” and its path of transformation subculture.

The results: 1. Heyday sociocultural phenomenon childhood conditionally to the period from the middle XIX by middle XX centuries. At the same time childhood are “opened” by humanitarian scientists and marketers emerging culture of mass consumption. 2. Contemporary culture characterized as child-centered. The crisis caused by the commercialization of childhood subculture, simulacrization of childhood, blurring the boundaries between childhood and adulthood. Childhood in a consumer society alienated from its “natural” value, created a space of child consumption, constructed image of “consuming child”, “child-stuff”, “child-capital”. Commercialization of childhood subculture deterministic commodification and marketing to children. 3. Childhood subculture in Belarus is affecting by global commercialization, but not so clearly as in the countries with the features of a consumer society.

The scientific novelty of the research: the problem of commercialization of childhood first studied in a cultural aspect, and in the context of Belarusian reality.

The basic **research methods** — genetic, comparative, systemic, axiological, the method of content analysis, etc.

The structure of Master thesis: the thesis consists of Introduction, three chapters, Results, References and includes 57 sources.

The total volume — 74 pages.